

## DISTRIBUSI FILM DALAM DISKURSUS MEDIA DI INDONESIA

### *Media Discourse on Film Distribution In Indonesia*

**Irwanto**

Film Study Program, Binus University  
Jakarta, Indonesia ([irwantohamid@gmail.com](mailto:irwantohamid@gmail.com))

#### ARTICLE INFO

##### **Keywords:**

*Discourse, media, film distribution, critical discourse analysis.*

##### **Katakunci:**

*diskursus, media, distribusi film, analisis diskursus kritis.*

##### **How to cite:**

*Irwanto. (2019). Distribusi Film dalam Diskursus Media di Indonesia. Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2), 247-257.*

#### ABSTRACT

*The research aimed to comprehend and describe: the discourse construction process concerning the film distribution, the film position in the state position, and what strength and interest affecting the discourse concerning the film distribution in Indonesia. The researched the Fairclough's Critical Discourse Analysis method to disclose the main problem in discursive practice. The media have facilitated the debate forum among the government, regulators, and film-makers about these issues. In the discourse production of the film distribution, the media continuously criticize the film monopoly distribution. Although filmmakers have the same opinion to encourage the issuance of the film regulation, the media take the exhibitor's side to facilitate more locations for the other investors to develop more cinemas. Based on the analysis, Gramedia group, in this case, KOMPAS, actually spreads the discourse as their strategy to obtain more opportunities in the frame of developing their new business in the film distribution.*

##### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk, memahami dan mendeskripsikan proses konstruksi diskursus mengenai distribusi film di Indonesia, posisi perfilman dalam sistem kenegaraan di Indonesia, dan kepentingan apa yang berpengaruh Penelitian ini menggunakan metode Critical Discourse Analysis Fairclough untuk membongkar masalah utama dalam praktik diskursif. Media telah memfasilitasi forum debat antara pemerintah, regulator, dan film-makers mengenai isu-isu tersebut. Dalam produksi diskursus distribusi film, media terus-menerus mengkritik monopoli distribusi film di Indonesia. Meski pembuat film memiliki pendapat yang sama untuk mendorong penerbitan peraturan film tersebut, media tersebut mengambil sisi eksibitor untuk memfasilitasi lebih banyak tempat bagi investor lain untuk membangun lebih banyak bioskop di Indonesia. Berdasarkan analisisnya, Gramedia Group, dalam hal ini KOMPAS, sebenarnya menyebarkan diskursus mengenai perfilman sebagai strategi mereka untuk mendapatkan lebih banyak kesempatan dalam rangka membangun bisnis baru mereka dalam distribusi film.

## 1. PENDAHULUAN

Setelah era televisi jaringan berbayar, seperti *HBO*, *FOX* atau *Star* yang banyak mengusik pasar penonton bioskop, kini bioskop kembali mendapatkan pesaing baru yang tidak kalah hebat dalam menggaet pasar yaitu, hadirnya *Netflix* serta aplikasi menonton film yang diintegrasikan ke telepon seluler seperti *ITunes* dan *Playstore*. Menurut data *filmindonesia.or.id* dan Kementerian Pariwisata, ada 15 juta penonton film Indonesia pada tahun 2011, 16 juta penonton pada tahun 2012, 15,5 juta penonton pada tahun 2013, 14,1 juta penonton pada tahun 2014 dan semakin menurun pada tahun 2015 dengan jumlah kurang dari 12 juta penonton.

Namun pada tahun 2016 seperti membawa angin segar bagi perfilman nasional, sudah ada tiga judul film yang berhasil menembus 10 besar jumlah penonton terbanyak sepanjang masa yang masuk di bioskop. Terdapat film *Ada Apa Dengan Cinta 2* yang berhasil mengulang film pendahulunya dengan jumlah penonton 3.665.509, selanjutnya beberapa minggu berselang sebuah film drama komedi yang diangkat dari sebuah novel berjudul *My Stupid Boss* membukukan 3.052.657 penonton, dan yang paling fenomenal di tahun 2016 adalah film *Warkop DKI Reborn* yang berhasil memuncaki Box Office jumlah penonton terbanyak Indonesia dengan lebih dari 6 Juta penonton (hingga awal oktober 2016).

Melihat jumlah penonton film nasional yang mampu menembus lebih dari 6 juta penonton pastinya menjadi sebuah kebanggaan. Namun jika membandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan maka jumlah penontonnya kurang dari 3%. Memang banyak masalah dan kekurangan sehingga jumlah penonton masih jauh dari jumlah yang potensial. Namun jika menilik jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai angka 88,1 Juta pada Tahun 2014 (Riset APJII, 2014), hal ini bisa menjadi peluang bagi para pembuat film untuk mendistribusikan filmnya secara maksimal.

Arus ekonomi global turut memberi pengaruh dalam industri film Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari posisi perfilman Indonesia yang berada di alur dan arus ekonomi global. Sehingga, kemajuan industri film di Indonesia juga tidak terlepas dari isu ekonomi global. Kondisi politik juga turut mempengaruhi perkembangan industri film Indonesia, melalui kebijakan ekonomi dan kebebasan berekspresi.

Salim Said Dalam bukunya *Pantulan Layar Putih* menyatakan bahwa ketertarikan untuk mendalami dunia perfilman tidak terlepas dari posisi film yang kini dianggap sebagai salah satu cabang kesenian. Lebih lanjut lagi, film bahkan dianggap sebagai cerminan mentalitas suatu bangsa (Biran, 2009 : 332-333). Film mampu menggambarkan hal tersebut lebih baik dibandingkan media artistik lainnya.

Dalam perjalanannya, persoalan dalam industri perfilman Indonesia banyak berkulat di ranah bisnis dengan segala implikasi ekonomi, sosial, budaya, dan politiknya. Industri perfilman Indonesia secara *common sense* bukannya tanpa masalah karena di permukaan tampak diterima begitu saja (*given*) oleh masyarakat. Seolah-olah industri tersebut hanya menyangkut hubungan sederhana antara pembuat film dan penontonnya saja, padahal di luar itu, terdapat kekuasaan-kekuasaan yang bekerja dengan ideologi-ideologi dan kepentingan-kepentingan yang dimilikinya, yang menunjukkan praktik (*practice*) yang penuh pergulatan antarpihak dalam memperebutkan makna.

Industri perfilman Indonesia tentunya tidak luput dari perhatian media-media. Sangat menarik untuk melihat cara media memfasilitasi hingga mengkonstruksi dinamika yang terjadi di perfilman Indonesia melalui pendekatan Analisis Diskursus Kritis, yang merupakan bagian dari paradigma kritis. Paradigma ini memandang teks bukan merupakan sesuatu yang alamiah atau netral, tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Teks-teks yang disampaikan media merupakan sebuah bentuk diskursus, yang memiliki tujuan tertentu serta memperjuangkan kepentingan tertentu. Salah satu media yang turut memproduksi teks-teks mengenai industri perfilman Indonesia adalah Harian *Kompas*.

Setelah melewati beberapa dekade menjadi harian nasional, *Harian Kompas* hadir menjadi salah satu media dengan oplah terbesar di Indonesia. Bahkan berdasarkan hasil riset SurveyOne tahun 2004, *Kompas* mendominasi kategori *Top of Mind* untuk Koran nasional di enam kota besar di Indonesia. Sebagai media dengan cakupan distribusi yang luas, *Kompas* memiliki kemampuan untuk mengawal dan menggiring isu dalam skala nasional.

Disamping jumlah oplah yang besar, *Harian Kompas* juga berada dibawah naungan Kelompok *Kompas* Gramedia (KKG). Badan usaha KKG salah satunya juga bergerak di bisnis media. Selain *Harian Kompas*, KKG juga menaungi beberapa anak media yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan berbagai bentuk, seperti televisi, koran, radio, media online, dan majalah. Menurut Zulfaningrum (2014:147-149) di satu sisi praktik Kelompok *Kompas* Gramedia menumbuhkan media diberbagai lini yang berbeda, namun disisi lain kepemilikan media berpusat pada segelintir orang. Hal inilah yang kemudian mengarah pada penyeragaman isi berita untuk semua pemberitaan di anak media usaha KKG. Dalam mengawal suatu isu, *Harian Kompas* dan media dibawah naungan KKG saling berbagi isu dan sumber berita. Sehingga, menurut penulis *Harian Kompas* punya andil yang besar untuk mengawal dan mengkonstruksi diskursus. Termasuk dalam hal diskursus distribusi film Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada teks-teks berita di *Harian Kompas* untuk melihat lebih jauh mengenai diskursus distribusi film Indonesia. Karena itu, judul penelitian yang ingin peneliti bahas adalah Distribusi Film Dalam Diskursus Media di Indonesia.

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: (1) Bagaimana proses konstruksi diskursus mengenai distribusi film di Indonesia? (2) Bagaimana posisi perfilman dalam sistem kenegaraan di Indonesia? (3) Kekuatan dan kepentingan apa yang berpengaruh dalam diskursus mengenai distribusi film di Indonesia?

## 2. METODE

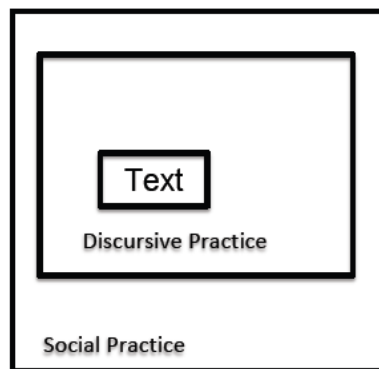
Penelitian ini akan mengaplikasikan paradigma kritis yang berfokus pada diskursus distribusi film di Indonesia, fenomena sosial yang mengabaikan pekerja perfilman menimbulkan ketidakadilan, ketidakseimbangan (*injustice discourse*) dan hubungan kuasa (*powerrelation*) atau dominasi (*dominant*) kelompok media. Berdasarkan ketimpangan dan dominasi tersebut, peneliti melihat ada usaha pembentukan diskursus dalam mendorong revisi undang-undang (regulasi) mengenai perfilman Indonesia. Berdasarkan anggapan di atas, paradigma kritis beranggapan bahwa *Kompas* dan praktek sosial yang berkaitan dengan media bukanlah saluran yang bebas dan netral. Dengan kata lain, paradigma kritis beranggapan bahwa diskursus perfilman digunakan oleh media yang berkuasa untuk mempertahankan kekuasaannya atau menentang pihak- pihak yang menentangnya. Melalui parahdigma kritis diyakini bahwa teori komunikasi massa dalam praktik pemberitaan *Kompas* tidak dapat menjelaskan realitas secara utuh jika mengabaikan teori-teori industri perfilman lainnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis diskursus kritis (CDA) yang ditawarkan Norman Fairclough (1992:73; 1995:59; 2000:313). Fokus pada teks yang diproduksi oleh praktek sosial sebagai bagian dari dimensi diskursus. Keseluruhan data merupakan diskursus dominan (*dominant discourse*) mengenai ketimpangan, ketidakseimbangan hingga dominasi dalam produksi, konsumsi, distribusi hingga eksibisi film di Indonesia. Pembentukan diskursus revisi regulasi perfilman yang mencakup sektor produksi, konsumsi, distribusi dan eksibisi perfilman yang dijadikan sebagai objek penelitian.

Diskursus yang pertama kali mengemuka dalam penelitian ini adalah diskursus mengenai kuota layar bioskop. Diskursus tersebut kemudian berkembang menjadi diskursus revisi undang-undang perfilman

yang dalam perjalanannya menjadi diskursus dominan. Diskursus lain juga muncul seperti diskursus mengenai pajak perfilman, investasi asing di film Indonesia, serta sinergitas lembaga perfilman.

Fairclough memusatkan perhatian pada intertekstualitas (*intertextuality*) bagaimana suatu teks yang merujuk pada teks lainnya dan interdiskursivitas (*interdiscursivity*) yang menjelaskan bagaimana praktek sosial merujuk pada praktek sosial lainnya. Praktik intertekstualitas dan interdiskursivitas inilah yang kemudian digunakan untuk membongkar kuasa yang terdapat dibalik diskursus-diskursus perfilman yang ada di pemberitaan harian *Kompas*.



**Gambar 1.** Kerangka Analisis Diskursus Kritis Tiga Dimensi Fairclough  
*Sumber: Fairclough (1995:59)*

Berdasarkan kerangka di atas, Fairclough membagi diskursus ke dalam tiga tingkat analisis: (1) analisis teks atau *textual* (sifatnya mikro), merupakan deskripsi (*description*) mengenai teks; (2) analisis diskursus atau *discourse practice* (meso), yaitu interpretasi (*interpretation*) hubungan antara proses produksi diskursus dan teks; (3) analisis sosiokultural atau *sociocultural practice* (sifatnya makro), yaitu penjelasan (*explanation*) hubungan antara proses diskursus dengan proses sosial (Fairclough, 1987: 98).

### 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Penelitian

##### 3.1.1 Analisis Teks (Textual Analysis)

Pada level analisis tekstual, penelitian ini menganalisis teks berita Perfilman yang dipublikasikan di Harian *Kompas*. Analisis bahasa kritis secara kritis dimanfaatkan untuk melihat tata bahasa, kosa kata, dan struktur teks untuk mengkaji tiga aspek yang ditonjolkan dalam berita. Yakni aspek representasi yang bertujuan untuk melihat suatu teks yang kemungkinan membawa muatan ideologis tertentu. Aspek kedua yakni relasi, yang mengamati konstruksi yang dibangun antara pembuat teks, partisipan berita dan pembaca. Aspek ketiga adalah identitas, dianalisis untuk melihat konstruksi tertentu dari identitas pembuat teks, partisipan berita dan pembaca, serta keberpihakan pencipta teks.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan teks-teks berita Harian *Kompas* yang membahas mengenai Perfilman Indonesia. Total terdapat 10 berita yang dikumpulkan, yang kemudian dianalisis.

**Tabel 1.** Teks-Teks Berita Harian *Kompas* Yang Membahas Mengenai Perfilman Indonesia

No.	Judul	Tanggal Terbit
1.	Film Indonesia: Ada Ketimpangan Distribusi Film	17 April 2013
2.	Film Terbuka Bagi Investor Asing* Jumlah Bioskop Masih Minim	25 Januari 2016
3.	Industri Film: Beban Pajak Hambat Film Nasional	27 Januari 2016
4.	Revisi UU Perfilman Masih Mendesak	1 Februari 2016
5.	Pelaku Industri Film Beda Pendapat Soal Kepemilikan Asing 100 Persen	12 Februari 2016
6.	Kuota Layar Bioskop Dikaji* Komisi X DPR Rekomendasikan UU Perfilman Direvisi	28 April 2016
7.	Jalur Perbioskopian Jadi Solusi* Produser Mira Lesmana Nilai Sistem Kuota Perlu Dikaji Baik- baik	29 April 2016
8.	Disiapkan, Draf Akademik Revisi UU Perfilman	2 Mei 2016
9.	Regulasi Sehatkan Perfilman* Posisi Importir-Distributor Diperdebatkan dalam Uji Publik Draf Permendikbud	30 Juni 2016
10.	Bekraf Targetkan Indonesia Miliki Integrated Box Office System	8 Februari 2017

Melalui analisis teks terhadap 10 berita mengenai perfilman Indonesia yang diterbitkan di Harian *Kompas* selama periode April 2013 hingga Februari 2017, Harian *Kompas* menjadikan beberapa isu sebagai topik bahasan. Dalam pemberitaan mengenai Distribusi Film Indonesia, Harian *Kompas* menunjukkan kritiknya terhadap sistem kuota film Indonesia serta dominasi jaringan Bioskop 21. Topik ini juga menjadi pusat pembahasan Harian *Kompas* dalam berita-berita mengenai ‘Revisi Undang-undang Perfilman’ dan ‘Uji Publik Draft Permendikbud’.

Selain realita tata edar film di Indonesia, Harian *Kompas* mengkonstruksi Investasi Asing sebagai solusi atas permasalahan di Industri film Indonesia. Dari teks berita yang ada juga terlihat bahwa kebijakan investasi asing ini akan menguntungkan sektor eksibisi film Indonesia.

Dari hasil analisis diatas juga mengungkapkan sikap-sikap Harian *Kompas* terhadap beberapa topik-topik lain yang dipilih sebagai bahasan dalam pemberitaannya. Seperti sikap positif Harian *Kompas* terhadap revisi Undang-undang Perfilman.

### 3.1.2 Analisis Diskursus (*Discourse Practice*)

*Discourse Practice* memusatkan perhatian pada proses produksi dan konsumsi teks. Dalam analisis dimensi *discourse practice*, dilakukan penafsiran terhadap rutinitas proses pembuatan teks. Proses tersebut dapat menyangkut hal-hal yang rutinitas institusi media, termasuk prosedur editor.

#### Produksi Teks

Secara keseluruhan proses produksi teks di Harian *Kompas* melalui beberapa pola dan tahapan. Usulan mengenai isu dan tema berita biasanya diajukan oleh reporter, yang kemudian akan dipertimbangan oleh dewan redaksi. Penentuan isu dan tema yang akan diliput dan diangkat dilakukan

di rapat redaksi. Keseluruhan proses produksi berita di *Kompas* dimulai di pagi hari dengan rapat redaksi, yang kemudian diakhiri dengan pengarahan reporter untuk melakukan peliputan.

Pertimbangan utama *Kompas* dalam memilih angle (sudut pandang) berita adalah penting atau tidaknya isu maupun peristiwa untuk diketahui oleh masyarakat. Menurut redaksi, menentukan suatu isu/peristiwa yang penting dapat dilihat dari kemungkinan dampak yang ditimbulkan olehnya. Harian *Kompas* juga memiliki pertimbangan lain dalam menentukan berita yang layak naik cetak, yakni *news value* (nilai berita). *Magnitude, significance, proximity, impact, actuality*, dan nilai-nilai yang juga dianut oleh media lainnya (Djuraid, 2007:13-44). Nilai berita ini pastinya akan mempengaruhi tingkat perhatian masyarakat ketika isu/peristiwa tersebut dipublikasikan.

Dalam pembahasan mengenai diskursus “Revisi Undang-undang Perfilman”, isu tersebut berawal dari usulan reporter yang sehari-hari mendapatkan tugas peliputan di Gedung DPR-MPR RI. Gaung besar diskursus tersebut berawal dari gedung parlemen sebagai regulator yang memiliki wewenang untuk mengajukan rekomendasi revisi. Berikutnya isu tersebut kemudian dikembangkan oleh redaktur yang menilai berita tersebut layak dipublikasikan ke publik.

Diskursus mengenai “Revisi Undang-undang Perfilman” tercatat beberapa kali dimuat dalam pemberitaan Harian *Kompas*. Isu yang melingkupi diskursus tersebut, seperti penarikan film dari daftar negatif investasi, perdebatan kuota layar, hingga realisasi IBOS menghiasi sudut pemberitaan sejak awal tahun 2016 hingga 2017 ini. Isu-isu tersebut mendapatkan porsi pemberitaan karena pertimbangan dari Redaksi *Kompas* yang melihat hal tersebut menjadi isu penting bagi publik, terlebih bagi mereka yang gemar mengonsumsi film.

Sebagai pihak yang memproduksi teks, Media memenangkan kontestasi kekuasaan terhadap pembaca sebagai pihak yang mengonsumsi teks. Hasil dari kontestasi kekuasaan tersebut adalah media membangun konstruksi terhadap teks berita yang ada. Bentuk dari dominasi media terhadap pembaca kemudian dapat dilihat melalui kontrol terhadap isi teks, relasi pembentukan posisi subyek, dan subyek yang tidak terlepas dari identitas atau status sosial (Fairclough, 2003:53).

Kontrol dan pembatasan yang dimiliki oleh media tersebutlah yang akan mempengaruhi pembaca. Sebagai sebuah mekanisme kuasa, media menyajikan diskursus kepada publik dengan teks yang telah melalui konstruksi. Kontrol dan pembatasan tersebut terjadi dalam tiga aspek yaitu isi, subjek, dan relasi. Setelah melihat tiga aspek tersebut, penulis menyimpulkan bahwa berita mengenai perfilman diposisikan tidak menjadi bahasan utama di *Kompas*. Karena berita film tidak dikonsumsi oleh banyak orang. Pihak yang mengonsumsi adalah pihak yang memiliki kepentingan dengan dunia perfilman, seperti pekerja industri perfilman dan investor-investor film.

### **Konsumsi Teks**

Pada level konsumsi teks, analisis ditujukan untuk proses interpretasi pembaca terhadap teks. Hasil interpretasi ini akan menunjukkan penafsiran pembaca terhadap diskursus-diskursus dalam teks. Pemberitaan mengenai revisi undang-undang perfilman ditujukan kepada pihak-pihak yang memiliki ketertarikan dan kepentingan di dunia perfilman.

### **3.1.3 Analisis Sosiokultural (Sociocultural Practice)**

Analisis *sociocultural practice* ini didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media mempengaruhi diskursus yang kemudian dikonstruksi oleh media. Konteks sosial ini mempengaruhi teks secara tidak langsung melalui produksi teks di media dan konsumsi teks di

masyarakat. Fairclough membagi tiga level analisis *sociocultural practice*, yaitu level situasional, institusional, dan sosial.

a. Situasional

Teks berita mengenai ‘Revisi Undang-undang Perfilman’ di Harian *Kompas* diproduksi pada tahun 2016. Secara situasional tahun tersebut dianggap beberapa pihak salah satu tahun terbaik bagi dunia perfilman tanah air. Baik dari segi kuantitas film yang diproduksi maupun jumlah penonton.

Melihat kondisi-kondisi perfilman Indonesia di tahun 2016, pemerintah kemudian memutuskan mengeluarkan Film dari Daftar Negatif Investasi. Tindakan tersebut kembali memicu ramainya tuntutan akan Revisi Undang-undang Perfilman. *Kompas* sebagai media nasional juga turut memberikan porsi pemberitaan terhadap diskursus revisi undang-undang tersebut. Namun porsi pemberitaan tersebut tidak mendapatkan tempat khusus dalam publikasi mereka.

b. Institusional

Harian *Kompas* terbit dibawah naungan Kelompok *Kompas*Gramedia (KKG). Dengan adanya konsentrasi kepemilikan media tersebut mengakibatkan pemberitaan menjadi tidak beragam serta memiliki sudut pandang yang sama. Dalam hal ini, pembahasan mengenai “Revisi Undang-undang Perfilman” yang dimuat di Harian *Kompas* berpeluang untuk terpublikasikan di media lain yang berada dibawah naungan KKG. Sebagai jaringan media yang terbesar, isu yang terpublikasi di salah satu media milik KKG akan memiliki kemungkinan untuk tersebar lebih cepat dan lebih luas. Mengingat posisi media sebagai *public sphere*, praktik konglomerasi mendorong media lebih mengutamakan informasi- informasi yang menarik dibandingkan informasi yang penting untuk publik.

c. Sosial

Jika ditelisik lebih jauh, Pemerintahan Joko Widodo memiliki perhatian lebih terhadap perkembangan Industri Kreatif. Di beberapa kesempatan Presiden Jokowi menyampaikan optimis terhadap perkembangan ekonomi Indonesia yang didorong oleh Ekonomi Kreatif. Memasuki tahun 2016, Pemerintah dalam hal ini Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan membentuk Pusat Pengembangan Film berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Setelah penarikan film dari DNI serta pembentukan lembaga- lembaga yang mengurus bidang perfilman, patut diakui bahwa pemerintahan Jokowi punya perhatian lebih terhadap film Indonesia. Karena besarnya dukungan pemerintah terhadap film dan industri kreatif, para insan film kemudian memanfaatkan kondisi ini untuk kembali menggaungkan diskursus revisi undang- undang perfilman. Penarikan film dari Daftar Negatif Investasi menjadi momentum para penggiat film untuk mendorong adanya regulasi yang mampu melindungi industri perfilman lokal.

### 3.2. Pembahasan

Dalam buku *Cultural Analysis of Texts*, Michel Foucault memandang *discourse* sebagai sekelompok pernyataan, sepanjang pernyataan-pernyataan tersebut berasal dari bentukan diskursus yang sama. Lebih jauh lagi, diskursus yang dimaksud Foucault tidak membentuk sebuah retorika atau

kesatuan yang formal, dapat diulang secara terus-menerus, kemunculan atau penggunaannya dalam sejarah dapat diindikasikan, serta terdiri dari sejumlah pernyataan yang memungkinkan sekelompok kondisi dapat didefinisikan (Lehtonen, 2000:41).

Kekuasaan atau pengetahuan menyangkut keterkaitan antara kekuasaan dan pengetahuan sehingga produksi pengetahuan dipahami terkait dengan rezim kekuasaan. Analisis “genealogi” Foucault menguraikan relasi antara kekuasaan dan pengetahuan dan bagaimana relasi tersebut terjalin dalam formasi diskursif (discursive formation), yakni sebuah kerangka kerja konseptual yang memungkinkan diterimanya beberapa mode pemikiran dan ditolaknya beberapa mode pemikiran lainnya. Menurut Foucault (2002: 9), *discourse* adalah upaya menghasilkan pengetahuan itu sendiri. Juga termasuk ke dalam *discourse* itu adalah praktik sosial yang menyertai upaya tersebut, relasi kuasa yang ada dibalikinya, serta keterkaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya.

### **3.2.1. Kekuasaan dan Kepentingan yang Berpengaruh Dalam Diskursus Distribusi Film dan Revisi Undang-Undang Perfilman**

Dari hasil analisis teks pada pemberitaan Harian *Kompas*, terdapat intertekstualitas dalam teks-teks berita tersebut. Salah satu bentuk intertekstualitas tersebut ditandai dengan pemilihan kutipan narasumber.

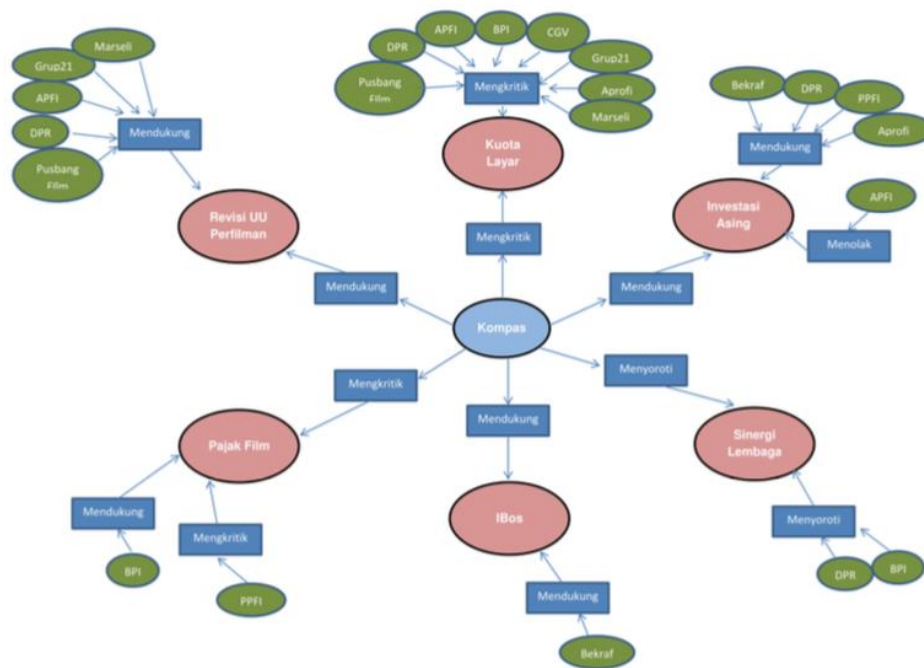
Dalam hal interdiskursivitas, ada beberapa diskursus yang dikonstruksikan dari teks-teks berita di atas. Diskursus yang pertama kali dikonstruksi mengenai kritik terhadap tata edar perfilman di Indonesia. Diskursus ini kemudian juga muncul di media lain seperti Tempo yang juga membahas diskursus yang sama.

Kritik tersebut kemudian memfasilitasi revisi UU No. 33 Tahun 2009 sebagai regulasi yang mensyaratkan hal tersebut yang kemudian berkembang menjadi diskursus baru. Perkembangan diskursus di Harian *Kompas* kemudian juga diikuti oleh Koran Sindo. Diskursus mengenai revisi tersebut semakin berkembang dengan adanya kebijakan investasi asing yang dibuat pemerintah. *Kompas* kembali menjadi media yang mengkonstruksi diskursus tersebut lebih awal dibandingkan media lainnya, seperti Media Indonesia yang juga membahas diskursus tersebut.

Diskursus lain juga kemudian dimunculkan. Seiring munculnya dorongan revisi undang-undang tersebut. Seperti pembahasan mengenai sinergitas lembaga perfilman serta pajak film lokal.

*Kompas* sebagai media memiliki peranan penting dalam pembentukan diskursus-diskursus yang ada. Lebih lanjut lagi, dengan posisinya yang berada dibawah naungan jaringan bisnis media besar, *Kompas* memiliki skala jangkauan yang luas dan signifikan. Sehingga dengan demikian *Kompas* memiliki kemampuan untuk mengorganisir gagasan-gagasan, hingga terbentuk menjadi diskursus.





**Gambar 2.** Kerangka Pembentukan Diskursus *Kompas*

Dari pemaparan tersebut dalam terlihat baik Harian *Kompas* sebagai media maupun media dan pihak-pihak yang menjadipartisipasi dalam berita tersebut memiliki kepentingan dan agenda masing-masing.

Dalam mengangkat berita-berita mengenai dunia perfilman Indonesia, Harian *Kompas* menjadikan revisi undang-undang sebagai diskursus dominan. Diskursus yang hadir menjadi sarat dengan kepentingan-kepentingan ekonomi dan politik dari satu pihak dengan pihak lainnya. Seperti yang Foucault sampaikan bahwa hubungan-hubungan kekuasaan yang membentuk diskursus, yang posisinya juga menjadi kerangka kerja.

Seperti yang telah disebutkan, bahwa dalam dunia perfilman Indonesia terdapat tiga kekuasaan yang bergerak dan saling bekerja sama. Meminjam konsepsi Piliang, kekuasaan tersebut terdiri atas kekuasaan budaya dan pemerintahan, kekuasaan kapital, dan kekuasaan media. Kemudian dalam diskursus perfilman Indonesia, ketiga kekuasaan tersebut juga memainkan peranan. Praktik kekuasaan ini pula erat kaitannya dengan adanya kepentingan-kepentingan di masing-masing sisi.

Dalam hal menjadi kekuasaan media, Harian *Kompas* dapat memiliki dua jenis kepentingan. Sesuai dengan pembagian yang dilakukan oleh Immanuel Kant (Hardiman, 2009:183-184), kepentingan *Kompas* dalam diskursus ini adalah kepentingan murni (praktis) dan kepentingan patologis (empiris). Kepentingan murniharian tersebut dapat dilihat sebagai usaha menjalankan fungsinya sebagai media massa yang menjadi medium diskusi publik. Sementara kepentingan patologis Harian *Kompas* dapat berasal dari posisinya sebagai organisasi media yang berada dibawah naungan organisasi multibisnis, *Kompas Gramedia*. Kelompok *Kompas Gramedia* oleh Zulfaningrum, dianggap melakukan praktik konglomerasi media dengan terus berupaya membangun kerajaan bisnisnya dengan memperluas jaringan kekuasaannya (2014:147).

Kekuasaan budaya dan pemerintah hadir dalam diskursus ini melalui keterlibatan para pekerja film, regulator, dan legislatif. Kekuasaan budaya dalam diskursus ini juga turut mendorong diadakannya revisi undang-undang.

Dalam diskursus ini, kekuasaan kapital implementasi melalui keterlibatan para pemilik modal seperti bioskop, perusahaan dan produser film. Pemilik modal hadir sebagai upaya merepresentasikan kebutuhan dari pemodal menjadi kepentingan murni bagi kekuasaan capital. Kepentingan patologi pemilik modal didorong oleh upaya untuk menggapai pasar yang lebih luas, juga sekaligus sebagai asset untuk mengembangkan modal.

Dalam hal penelitian ini, relasi kekuasaan model *governmentality* dipraktikkan dalam pemberitaan regulasi perfilman Indonesia. Pada pemberitaan tersebut, revisi undang-undang menjadi diskursus dominan yang mempengaruhi arah kebijakan dan perkembangan perfilman Indonesia. Pekerja Film dan *Kompas* sebagai media menjadi aktor yang pertama kali memproduksi pengetahuan yang memandang bahwa perfilman Indonesia saat ini penuh dengan persoalan. Pembentukan kebenaran tersebut mengarahkan pada diskursus pentingnya revisi undang-undang bagi perkembangan film Indonesia.

Diskursus lain yang dikonstruksi, diskursus kuota layar, diproduksi oleh pekerja film dan *Harian Kompas*. Para pekerja film yang memfasilitasi diskursus ini sebagai upaya agar film Indonesia mendapatkan apresiasi yang lebih di negeri sendiri. Sementara *Kompas* sebagai media juga memiliki agenda sendiri dalam diskursus ini. *Kompas* menitikberatkan bidang ekshibisi yang menjadi tulang punggung perfilman Indonesia merupakan bidang yang perlu perbaikan, dengan adanya dilema kuota layar dan konsentrasi kepemilikan bioskop.

Hubungan antara pembentukan pengetahuan dan relasi kekuasaan dapat dilihat melalui upaya-upaya aktor dominan dalam pembentukan diskursus. Foucault menggambarkan model relasi kekuasaan dijalankan dalam mengkonstruksi praktik sosial dan tatanan sosial yang hendak diwujudkan (Mudhofir, 2008:13). Agen-agen kekuasaan tersebut membentuk narasi tentang tatanan perfilman yang normal, mengarah pada perkembangan dunia perfilman yang lebih baik. Mereka terlebih dahulu membentuk definisi tentang situasi yang problematis, seperti kuota layar yang tidak memihak film lokal, investasi asing, tumpang tindih lembaga perfilman, pajak film yang membebani, sehingga sampai pada agenda revisi undang-undang perfilman tersebut menjadi relevan.

Dalam posisinya, *Kompas* sebagai media massa menjadi sarana untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat. Namun dalam realitanya, fungsi tersebut tidak dapat dijalankan jika *Harian Kompas* sendiri memiliki agenda tersendiri dalam pemberitaan perfilman Indonesia. Seperti yang disampaikan Herman dan Chomsky bahwa, media melayani, dan mempropagandakan kepentingan kekuatan sosial yang mengendalikan dan membiayainya. Setiap kepentingan tersebut memiliki agenda dan prinsip yang ingin mereka kembangkan, dan memiliki posisi untuk membentuk dan membatasi kebijakan media

Dalam teori propaganda ini, Herman dan Chomsky (1988) menganggap media tunduk pada pemilik modal yang menggunakan kekuasaan ekonomi mereka dalam sebuah sistem pasar komersial untuk menjamin aliran informasi publik yang sejalan dengan misi dan tujuan mereka. Dalam hal ini *Kompas* kemudian berubah fungsi menjadi kelompok yang mendominasi.

#### 4. KESIMPULAN

*Critical Discourse Analysis* (CDA) membongkar diskursus media *KOMPAS* dalam pemberitaan distribusi film di Indonesia sebagai berikut:

1. *KOMPAS* mengkonstruksi diskursus distribusi film melalui proses kerja-kerja redaksional, dengan melakukan pembatasan pada isi berita, penempatan subjek yang menguatkan agenda media, serta pembatasan pada relasi narasumber yang mendukung agenda media. Dalam perkembangannya diskursus distribusi film Indonesia juga dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penonton film-film lokal serta kuantitas film yang diproduksi, praktik jaringan bisnis Kelompok *Kompas* Gramedia, serta perhatian lebih pemerintahan Joko Widodo pada perkembangan industri kreatif.
2. Dalam sistem kenegaraan, film diposisikan dalam tiga hal. Pertama, dalam upaya peningkatan ketahanan budaya bangsa dan kesejahteraan masyarakat, film dianggap sebagai karya seni dengan peran strategis. Kedua, film dianggap sebagai salah satu media komunikasi massa. Yang ketiga, film dapat menjadi alat dalam upaya penetrasi kebudayaan. Dalam hal ini Pemerintahan Jokowi memberikan perhatian lebih dengan penarikan Film dari DNI serta pembentukan lembaga-lembaga yang mengurus bidang perfilman.
3. Terdapat tiga kekuasaan dan kepentingan yang memberikan pengaruh dalam pembentukan diskursus distribusi perfilman Indonesia, yakni pertama kekuasaan media dalam hal ini Harian *Kompas* yang memiliki agenda tersendiri yang didorong oleh kepentingan menjalankan fungsi media massa serta praktik konglomerasi media sebagai bagian dari KKG. Yang kedua, kekuasaan budaya dan pemerintah hadir dalam keterlibatan pekerja film, regulator, dan legislatif. Yang ketiga, kekuasaan kapital yang didorong oleh kepentingan untuk menggapai pasar yang lebih luas dan pengembangan aset, serta upaya merepresentasikan kebutuhan pemodal.

## REFERENSI

- Biran, Misbach Y (2009). *Peran Pemuda dalam Kebangkitan Film Indonesia*. Jakarta: Ministry of Youth and Sports of Indonesia.
- Djuraid, Husnun N (2007). *Panduan Menulis Berita : Edisi Revisi*. Malang : UMM. Press.
- Fairclough, N(1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- \_\_\_\_\_ (1995). *Critical Discourse Analysis*. Boston: Addison Wesley.
- \_\_\_\_\_ (2000). *New Labour, New Language?* London: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (2001). *Language and Power*, 2nd edition. Harlow: Longman.
- \_\_\_\_\_ (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Lehtonen, Mikko(2000). *Cultural Analysis of Texts*. London: Sage.
- Hardiman, F. Budi(2009), *Kritik Ideologi: Pertautan Pengetahuan dan kepentingan*. Yogyakarta: Kanisius
- Herman, Edward S & Noam Chomsky(1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Mudhoffir, Abdil Mughis. (2013). *Teori Kekuasaan Michel Foucault: Tantangan Bagi Sosiologi Politik*. Jurnal Sosiologi MASYARAKAT Vol.18 No.1, 75-100.
- Zulfaningrum, Rahmawati. 2014. *Spasialisasi dan Praktik Konglomerasi Media Kelompok Kompas Gramedia*. Jurnal ASPIKOM, Vol. 2 No. 3, 140-153.